

フォントの好みとパーソナリティの関連性に関する認知心理学的研究

—— 認知的枠組みの個人差 ——

中 村 哲 之

要 旨

外界事物に対する好みは、ヒトにとって重要な認知機能の1つであると同時に、個人差も存在する。好みの個人差を規定する要因の有力な候補の1つにパーソナリティが挙げられ、それを検討した研究も行われてきた。しかし、メディアなどによる情報提供の機会が多い対象（例えば「色」など）の場合、そうした情報が事前知識やイメージ（交絡変数）として作用する可能性がある。そこで本研究では、好みの対象としてフォントを用いたアンケート調査を実施した。4ジャンル計8種のフォントそれぞれに対する好みとBig Five尺度短縮版の結果との相関分析を実施した結果、部分的ではあるものの、フォントの好みとパーソナリティの関連性を示唆する結果（外向性を持つ人が明朝体とゴシック体を好む傾向など）が得られた。また、調査参加者が所属する学部によって、相関の強さに違いが生じることも明らかとなった。

I 問題と目的

ヒトを含めた多くの動物は、「好き／嫌い」という心のはたらきを有している。好きな色の服を着て、好きな人と一緒に好きなものを食べ、好きな映画や音楽、ドラマを楽しみ・・・といった幸せな日々は、まさに「好き」という要素で構成されているといっても過言ではないだろう。大人だけでなく、子どもにも、そして赤ちゃん（乳児）にも「好き／嫌い」は存在する。生後1か月くらいの乳児は、ヒトの顔（厳密には顔のような図形）に対して選好（preference）を示す（Goren, Sarty, & Wu, 1975; Johnson, Dziurawiec, Ellis, & Morton, 1991）。また、乳幼児の心的世界を探索研究法の1つである選好注視法（preferential looking method）は、乳幼児が新しい外界の事物に対して興味を示すという行動を利用する。我々は物心つく前から、外界の事物に対する「好み」を形成しているのである。

このように、老若男女問わず殆どの人が有している「好き」という心のはたらきであるが、好きだと感じる対象は、個々人によって異なる。食べ物を例に挙げると、肉が好きな人／嫌いな人、野菜が好きな人／嫌いな人、魚が好きな人／嫌いな人など、人それぞれである。色、形、人の外見、学びの種類やスポーツの種類など、ありとあらゆる外界の事物に対して、我々は何らかの好き嫌い（好み）を持っていることが分かる。

このような「好みの違い・個人差」を規定する要因は何だろうか。有力な要因の1つとして「個人の性格（パーソナリティ）」が挙げられる。実際に、好みと性格の関係性について調べた研究はこれまでも数多くおこなわれている。例えば、大塚・根津（2016）の「色の好みと性格の関連性認識に関

わる要因」の研究では、特定の色を好む人に対する性格得点と、特定の色を好む本人の性格得点に関連があるか、という観点で好みとパーソナリティの関連について検討がされている。この論文では色の好みとパーソナリティ（性格）間に明確な関連を支持する結果は得られていなかったが、色彩ステレオタイプを保有している人は2人に1人であるという結果が見られた。色彩ステレオタイプとは、彼女らによれば『『個人の色の好みと性格に関連性がある』という認識傾向』を意味する。具体例を挙げると、赤色を好きだという人に対して、赤色から連想されるイメージ（例えば、情熱的）を抱くといったものである。これは、色が生活に深く馴染んでいるからこそ形成されるものと考えられる。ただし、色彩ステレオタイプを保有している人であっても、皆が同じステレオタイプを保有しているというわけではなく、個々によって異なるために統一できるものではない。

大塚・根津（2016）の研究は興味深い知見を含んでいる一方で、このテーマにおいて「色」を研究対象としたことによる“限界”も含んでいるようにみえる。多くの人にとって、色というものが身近過ぎる存在であるが故に生じる“限界”である。「色彩心理学」「色彩検定」というものが世の中に存在するくらい、（個人差は存在するが）人類は色に対する豊富な知識を持っている。互いに合う色／合わない色、服装全体のバランスを考えたカラーコーディネート、自分に合う色／合わない色など、服装の色だけを取りあげてみても、知識や経験、他者からの社会的助言などによって、私たちは自身の中で様々な色に対するイメージや好みをある程度形成してしまっている。さらに、服装だけではない。雑誌やテレビ、インターネットを見れば「色占い」やら「今日のあなたのラッキーカラー」など、色に対するイメージを外部から固めるような情報が巷には溢れている。果物などの色を見て食べ頃を判断したりもするだろう。食べ物と色が結びつく場合、ブルー系は熟していない果実とか食欲を減退させる色などといった感じでネガティブなイメージと結びつきやすい。まさに、こうした背景を反映した結果生み出されたものが、大塚・根津（2016）が主張した色彩ステレオタイプではないだろうか。色に対する好みに寄与しうる要因がこれだけ世に溢れていると、自身の性格に起因する色に対する純粹な好みを実験的に取り出すことが困難であるのは、ある意味で必然なのかもしれない。色と比べて、もう少し身近ではないものに対する好みを研究対象とすれば、パーソナリティとの関係性が見えてくる可能性は高まるかもしれない。何が最適であろうか。

本研究では「文字」に着目することにした。文字は人類にとって非常に重要な道具であることは言うまでもないだろう。基本的に動物のなかではヒトだけが使うものであり、「文字」を使った文化の伝播（同時代に生きる人たちとの横の繋がり）と伝承（世代を超えた人たちとの縦の繋がり）によって、現代の高度な科学技術を発展させ、豊かな生活を営むことを可能としてきた立役者である。日常生活においても、遠く離れた人と連絡を取る手段として、メール、Line、手紙などを利用するが、その際には文字を介してやり取りすることが殆どである。これだけ重要な存在でありながら、私たちは普段、文字の形や見た目を気にする機会は多くない。例えば学生の場合、文字の見た目を気にする機会というのは、講義の課題としてパワーポイントの作成が課された時やレポート課題が課された時くらいではないだろうか。読書をする際に「これは明朝体だな。ここはゴシック体だな」と気にすることはほとんどなく、ましてや「この論文の本文はMS明朝で書かれていて、英数字はCentury、見出しはゴシ

ック体を使っているな」とは思わないだろう。色と文字との間で、なぜこのような違いが生じるのかというと、色は見た目そのものに情報価値があるのに対し、文字は見た目ではなくそれが意味する内容に情報価値があるためだと考えられる。

以上のことから、色の好み、選択は、生活するにあたって重要なものであるが、文字・フォントと好みというのは、普段生活している分にはそれを気にかける機会が少ないために、フォントを目で見た印象がそのまま好みへと直結するのではないかと考えた。この仮説を検証するために、本研究では、フォントの好みとパーソナリティ（性格）に関する質問紙調査をおこない、両者の間に関連が見られるかどうかを確かめることを目的とした。

Ⅱ 方 法

調査協力者

東洋学園大学に在籍する学生 352 名（男性 184 名、女性 168 名）が調査に参加した。本調査の目的について知っているものはいなかった。調査実施前に、「アンケートへの回答は任意であること」「回答の有無や回答内容が、調査協力者が受講している講義への成績評価等に影響するなどの不利益は一切生じないこと」「調査結果を公表する際には、個人が特定できない形でおこなうこと」を説明した。

刺激（図 1）

後述の「フォントの好みを問う質問項目」において、4 ジャンル × 2 種類、計 8 種のフォントを用いた。1 つ目のジャンルは「明朝体」であり、フォントは「MS 明朝」と「HGP 創英プレゼンス EB」を使用した。2 つ目のジャンルは「筆書体」であり、フォントは「HGP 教科書体」と「HGS 行書体」を使用した。3 つ目のジャンルは「ゴシック体」であり、「Meiryo UI」と「MS ゴシック」を使用した。4 つ目のジャンルは「ポップ体」であり、「しあさって」と「HGP 創英角ポップ体」を使用した。刺激の提示サイズは後述の通り、調査協力者が所持している携帯端末のサイズに依存したため、特に統制はしなかった。



図1. 本調査で用いた4ジャンル8種類のフォント

調査項目

「フォントの好みを問う質問項目」「自身のパーソナリティ（性格）について問う質問項目」「調査結果の精度を高めるための質問項目」から構成した。

フォントの好みを問う質問項目では、各フォントの画像に対し、そのフォントをどのくらい好きと思うかを10段階（最も好きを「10」、最も嫌いを「1」）での回答を求めた（図2）。フォントの種類は上述した通りであった。

パーソナリティについてたずねる質問として、Big Five 尺度短縮版（内田・中畝，2004；荻生田，2010）を用いた。29項目から構成された性格特性を表す単語（例えば、「陽気な」「計画性のある」など）に対し、自身がどれくらいその単語にあてはまると思うかについて、5件法（「あてはまる」「ややあてはまる」「どちらでもない」「ややあてはまらない」「あてはまらない」）での回答を求めた。下位尺度は5つであり、「情緒不安定性」「外向性」「開放性」「調和性」「誠実性」であった。

パーソナリティについてたずねる5件法による質問項目群のなかに、調査結果の精度を高めるための質問項目（「この選択肢では「ややあてはまらない」を選んでください」）を1問設けた。この設問に対して、「ややあてはまらない」以外の選択肢を選んだ調査協力者は、他の設問に対しても設問をしつかりと読まずに回答している可能性が考えられたため、当該協力者の回答については分析から除外した。

手続き

グーグルフォームを使って作成したアンケートによって調査を実施した。調査協力者が所持している携帯端末を用いて回答するように教示した。

以下のフォントについて、「どれくらい好きか」を直感でお答えください。「好き」を10、「嫌い」を1として、あてはまる数字をお答えください。★

あ い う え お

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
嫌い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	好き

図2. フォントの好みを問う質問項目の例

Ⅲ 結果と考察

1. 全体の分析結果 (表 1)

有効回答が得られた 293 名 (男性 145 名、女性 148 名、平均年齢 19.10 歳) の結果を分析対象とした。

フォントの好みについて問う質問では、どれも最小値は 1 であり、最大値は 10 であった。それぞれの平均値は数値の高い順から、筆書体 6.227 ($SD = .11$)、明朝体 6.073 ($SD = .098$)、ゴシック体 5.469 ($SD = .111$)、ポップ体 4.729 ($SD = .125$) であった。これらのことから、今回の調査で最も人気であったフォントは筆書体であり、最も人気のなかったフォントはポップ体である、ということが示された。

Big Five 尺度短縮版から、情緒不安定性、外向性、開放性、調和性、誠実性の 5 つの下位尺度を測定した。それぞれの平均値は、数値の高い順から情緒不安定性 3.773 ($SD = .05$)、外向性 3.304 ($SD = .053$)、調和性 3.272 ($SD = .044$)、開放性 3.108 ($SD = .042$)、誠実性 2.639 ($SD = .039$) であった。

フォントの好みとパーソナリティの関連性を見るために相関分析をおこなった結果を表 1 に示した。明朝体は外向性・開放性、筆書体は開放性・調和性、ゴシック体は外向性との間でそれぞれ有意な正の相関が確認され、筆書体は誠実性との間で有意な負の相関が確認された (ピアソンの積率相関係数を用いた無相関の検定 (両側検定) : $p < .05$)。しかし、相関係数の値 (絶対値) としてはいずれも 0.2 を下回ったことから、弱い相関関係が示されるに留まった。

フォントの好みの集計結果から、フォントのジャンル間で好みの程度に差があることが示された。また、相関分析の結果から、個人の性格特性として外向性を持つ人は明朝体とゴシック体を好む傾向にあること、開放性を持つ人は明朝体と筆書体を好む傾向にあること、調和性を持つ人は筆書体を好む傾向にあること、誠実性を持つ人は筆書体を好まない傾向にあることがそれぞれ示された。以上のことから、パーソナリティの違いがフォントの好みに影響することが明らかとなった。ただし、相関係数の値はいずれもそれほど大きくはなかったことから、これらの関係性が必ずしも強固なものであるわけではないことも分かった。

外界の刺激に対する好みを規定する要因は多様であることを考えると、弱いながらもフォントの好みとパーソナリティとの間に有意な相関関係を見出すことに成功した本調査結果は非常に興味深いものであるといえる。分析方法をより洗練させることで、さらに詳細な関係性を見出すことができるかもしれない。例えば、同じヒトという動物種であっても、文化によって認知様式が大きく異なることは、様々な実験心理学的研究結果が明らかにしている (e. g., Kitayama, Duffy, Kawamura, Larsen, 2003; Masuda, Ellsworth, Mesquita, Leu, Tanida, & Veerdonk, 2008; Masuda & Nisbett, 2001)。本調査には 3 学部の学生が参加した。学部による“文化差”がどの程度存在するかを量的に示すことは難しいが、もしかしたら、異なる“文化”ごとに分けて再分析することで、洗練された結果が得られる可能性はあるかもしれない。そこで、人間科学部、現代経営学部、グローバル・コミュニケーション学部の 3 つの群に分けた追加分析を実施した。

表1. 全体の結果 ($N = 293$)。各セルの太字は、ピアソンの積率相関係数を用いた無相関の検定 (両側検定) において有意差が確認された項目 ($p < .05$)。

r値	明朝体	筆書体	ゴシック体	ポップ体
情緒不安定性	-0.02	0.02	-0.02	0.04
外向性	0.12	-0.01	0.13	0.07
開放性	0.18	0.18	0.11	-0.02
調和性	0.11	0.13	0.11	0.00
誠実性	-0.11	-0.16	0.00	-0.08

t値	明朝体	筆書体	ゴシック体	ポップ体
情緒不安定性	-0.38	0.39	-0.42	0.61
外向性	2.03	-0.16	2.18	1.22
開放性	3.07	3.06	1.88	-0.26
調和性	1.81	2.21	1.86	-0.08
誠実性	-1.81	-2.77	0.05	-1.31

p値	明朝体	筆書体	ゴシック体	ポップ体
情緒不安定性	0.708	0.698	0.673	0.545
外向性	0.043	0.875	0.030	0.224
開放性	0.002	0.002	0.061	0.796
調和性	0.072	0.028	0.064	0.937
誠実性	0.071	0.006	0.962	0.190

2. 人間科学部の分析結果 (表2)

人間科学部に所属する学生からは199名 (男性102名、女性97名) の有効回答を得ることができた。平均年齢は19.34歳であった。これらの調査者から得られた回答をもとに追加分析を実施した。

フォントの好みについて問う質問では、どれも最小値は1であり、最大値は10であった。また、それぞれの平均値は数値の高い順から筆書体6.279 ($SD = .166$)、明朝体6.013 ($SD = .158$)、ゴシック体5.317 ($SD = .144$)、ポップ体4.719 ($SD = .198$) であった。

これらのことから、今回の人間科学部での調査において最も人気である書体は筆書体であり、最も人気のない書体はポップ体であることが示された。これらの結果は、全体の分析結果と同じ傾向であった。

表 2. 人間科学部所属学生の結果 ($N = 199$)。太字は、ピアソンの積率相関係数を用いた無相関の検定 (両側検定) において有意差が確認された項目 ($p < .05$)。

r値	明朝体	筆書体	ゴシック体	ポップ体
情緒不安定性	0.00	0.02	-0.09	-0.07
外向性	0.13	-0.03	0.18	0.15
開放性	0.17	0.19	-0.03	-0.08
調和性	0.10	0.12	0.03	0.08
誠実性	-0.11	-0.21	-0.02	0.00

t値	明朝体	筆書体	ゴシック体	ポップ体
情緒不安定性	0.01	0.24	-0.99	-0.71
外向性	1.41	-0.31	2.01	1.60
開放性	1.88	2.12	-0.34	-0.82
調和性	1.11	1.35	0.29	0.85
誠実性	-1.22	-2.33	-0.24	0.00

p値	明朝体	筆書体	ゴシック体	ポップ体
情緒不安定性	0.989	0.815	0.322	0.477
外向性	0.162	0.757	0.046	0.112
開放性	0.063	0.036	0.737	0.414
調和性	0.268	0.178	0.773	0.399
誠実性	0.224	0.022	0.812	0.998

Big Five 尺度短縮版の調査項目から得られた平均値は、数値の高い順から情緒不安定性 3.824 ($SD = .074$)、外向性 3.313 ($SD = .084$)、調和性 3.244 ($SD = .068$)、開放性 3.150 ($SD = .062$)、誠実性 2.621 ($SD = .053$) であった。この結果についても、全体の結果と類似した結果となった。

フォントの好みとパーソナリティの関連性を見るための相関分析を実施した結果、「明朝体－開放性」「筆書体－開放性」の間で有意な正の相関、「筆書体－誠実性」の間で有意な負の相関がそれぞれ確認された (表 2)。これらの結果は、先に記載した全体の結果と一致するものであった。ただし、「筆書体－調和性」間では統計的に有意な相関は確認されなかった点は、全体の結果とは異なるものであった。

フォントの好みとパーソナリティの関連性を見るために相関分析をおこなった結果を表 2 に示した。「筆書体－開放性」「ゴシック体－外向性」間においてそれぞれ有意な正の相関、「筆書体－誠実性」間において有意な負の相関が確認された (ピアソンの積率相関係数を用いた無相関の検定 (両側検定) : $p < .05$)。これらは全て全体の分析でも同様の有意な相関が確認された項目であった。全体の分

析で有意差が見られた明朝体はどの性格特性とも有意な差は確認されず、「筆書体－調和性」間の有意な正の相関関係も認められなかった。相関係数の値（絶対値）も、全体の分析同様に高い値は示されず、「筆書体－誠実性」のみが0.2をわずかに上回るに留まった。

人間科学部の結果は、全体の結果と概ね同様のものとなった。その大きな理由として、今回の調査において人間科学部生の調査人数が調査全体の半数以上を占めていることが挙げられる。他の2つの学部個別分析を実施することで、新たに見えてくる側面があるかもしれない。

3. 現代経営学部分析結果（表3）

現代経営学部に所属する学生からは48名（男性27名、女性21名）の有効回答を得ることができた。平均年齢は18.65歳であった。これらの調査者から得られた回答をもとに追加分析を実施した。

フォントの好みについて問う質問では、どれも最小値は1であり、最大値は10であった。また、それぞれの平均値は数値の高い順から明朝体6.333 ($SD = .26$)、筆書体6.115 ($SD = .268$)、ゴシック体

表3. 現代経営学部所属学生の結果 ($N = 48$)。太字は、ピアソンの積率相関係数を用いた無相関の検定（両側検定）において有意差が確認された項目 ($p < .05$)。

r値	明朝体	筆書体	ゴシック体	ポップ体
情緒不安定性	0.20	0.22	0.15	0.14
外向性	0.30	0.15	0.30	0.00
開放性	0.23	0.28	0.27	0.11
調和性	-0.04	0.18	-0.10	-0.05
誠実性	-0.32	-0.17	-0.35	-0.30

t値	明朝体	筆書体	ゴシック体	ポップ体
情緒不安定性	1.42	1.52	1.02	0.97
外向性	2.13	1.00	2.10	0.01
開放性	1.59	1.94	1.90	0.78
調和性	-0.30	1.26	-0.68	-0.36
誠実性	-2.28	-1.18	-2.52	-2.15

p値	明朝体	筆書体	ゴシック体	ポップ体
情緒不安定性	0.162	0.136	0.311	0.335
外向性	0.039	0.321	0.042	0.990
開放性	0.118	0.058	0.063	0.442
調和性	0.763	0.215	0.501	0.719
誠実性	0.027	0.246	0.015	0.036

5.635 ($SD = .323$)、ポップ体4.823 ($SD = .282$) であった。これらのことから、今回の現代経営学部での調査において最も人気である書体は明朝体であり、最も人気のない書体はポップ体であることが示された。これらの結果は、全体及び人間科学部の結果とは少し異なるものであった。

Big Five 尺度短縮版の調査項目から得られた平均値は、数値の高い順から情緒不安定性3.679 ($SD = .137$)、外向性3.488 ($SD = .12$)、調和性3.392 ($SD = .103$)、開放性3.184 ($SD = .103$)、誠実性2.685 ($SD = .112$) であった。この順番は、全体及び人間科学部の結果と全く同じであった。

フォントの好みとパーソナリティの関連性を見るために相関分析をおこなった結果を表3に示した。明朝体及びゴシック体が外向性とそれぞれ有意な正の相関関係にあること、逆に明朝体・ゴシック体・ポップ体が誠実性とそれぞれ有意な負の相関関係にあることが示された（ピアソンの積率相関係数を用いた無相関の検定（両側検定）： $p < .05$ ）。また、筆書体及びゴシック体と開放性と間に有意な傾向（正の相関）が認められた（ $p < .1$ ）。さらにこれまでの結果と比べて強めの相関関係を確認することができた。有意差が認められた相関係数の値（絶対値）はいずれも0.3を上回る結果となり、有意差が確認されなかった項目間においても相関係数の絶対値が0.2以上となる箇所が多数みられる結果となった。

現代経営学部に所属する学生の調査結果からは、有意傾向の結果も含めると全てのフォントに対して何らかの相関関係を見出すことができた。これらの結果を読み解いてみると、性格特性として外向性を持つ人は明朝体とゴシック体を好む傾向にあること、開放性を持つ人は筆書体とゴシック体を好む傾向にあること、誠実性を持つ人は明朝体・ゴシック体・ポップ体を好まない傾向にあることがそれぞれ分かった。外向性を持つ人が明朝体とゴシック体を好む点は全体の結果と一致するものであり、また、統計的な有意差の有無の違いはあっても、全体の結果と現代経営学部の結果で相関係数の数値が大きく異なる（正負の値が完全に逆転している）箇所は見当たらなかった。

全体の結果や人間科学部の結果と比べて現代経営学部の結果がはっきりと出た明確な理由は分らない。1つの可能性として、所属学部によるパーソナリティの違いにその原因を求めたところであるが、自身のパーソナリティについて問う質問項目に対する回答結果については、人間科学部の学生と現代経営学部の学生で大きな違いがみられなかったことから、この可能性だけで説明することは難しいかもしれない。ただ、いずれにしても、人間科学部に比べてはるかに少ないサンプル数でクリアな結果が得られたことは事実である。この学部 to 所属する学生への追加調査を実施することで、今回の調査では有意な相関関係を確認するに至らなかった項目においても、有意差を確認することが可能となるかもしれない。

4. グローバル・コミュニケーション学部の分析結果（表4）

グローバル・コミュニケーション学部 to 所属する学生からは46名（男性16名、女性30名）の有効回答を得ることができた。平均年齢は18.65歳であった。これらの調査者から得られた回答をもとに追加分析を実施した。

フォントの好みについて問う質問では、どれも最小値は1であり、最大値は10であった。また、そ

表4. グローバル・コミュニケーション学部所属学生の結果 ($N = 46$)。ピアソンの積率相関係数を用いた無相関の検定 (両側検定) において有意差が確認された項目はなかった ($p > .05$)。

r値	明朝体	筆書体	ゴシック体	ポップ体
情緒不安定性	-0.12	0.27	-0.19	-0.09
外向性	0.04	-0.19	0.17	0.17
開放性	0.03	0.14	0.23	-0.18
調和性	0.10	0.16	0.24	-0.07
誠実性	0.12	-0.18	0.09	-0.04

t値	明朝体	筆書体	ゴシック体	ポップ体
情緒不安定性	-0.83	1.85	-1.29	-0.61
外向性	0.26	-1.29	1.11	1.13
開放性	0.22	0.96	1.58	-1.23
調和性	0.64	1.10	1.63	-0.47
誠実性	0.84	-1.19	0.59	-0.28

p値	明朝体	筆書体	ゴシック体	ポップ体
情緒不安定性	0.408	0.072	0.202	0.546
外向性	0.793	0.204	0.272	0.264
開放性	0.824	0.341	0.121	0.225
調和性	0.523	0.276	0.110	0.638
誠実性	0.408	0.239	0.556	0.781

それぞれの平均値は数値の高い順から筆書体6.12 ($SD = .271$)、明朝体6.065 ($SD = .234$)、ゴシック体5.957 ($SD = .284$)、ポップ体4.674 ($SD = .336$)であった。これらのことから、今回のグローバル・コミュニケーション学部での調査において、最も人気である書体は筆書体であり、最も人気のない書体はポップ体である、ということが示された。筆書体と明朝体の順位が逆になっているものの、この結果については、全体の結果や人間科学部の結果と類似したものであることいえる。

Big Five 尺度短縮版の調査項目から得られた平均値は、数値の高い順から情緒不安定性3.787 ($SD = .107$)、外向性3.43 ($SD = .12$)、調和性3.301 ($SD = .109$)、開放性3.109 ($SD = .107$)、誠実性2.686 ($SD = .088$)であった。この順番は、全体及び他2学部の結果と全く同じであった。

フォントの好みとパーソナリティの関連性を見るために相関分析をおこなった結果を表4に示した。その結果、いずれの項目間においても統計的に有意な差を確認することができなかった。相関係数の数値としては、全体の結果と同じかそれ以上の項目もいくつかみられるものの、調査協力者数の違いから有意差が生じなかったという面もある。しかし、調査協力者数は、先に複数の項目間におい

て有意差を確認した現代経営学部とはほぼ同じであったことから、単純にサンプル数だけの問題として片づけるのは乱暴であるかもしれない。また、所属学部によるパーソナリティの違いという可能性についても、自身のパーソナリティについて問う質問項目に対する回答結果が、3学部間で大きく異なるものではなかったことから、この点から説明することも同様に難しいかもしれない。

IV 総合考察

本論文では、フォントの好みとパーソナリティの関連性を検討するための質問紙調査を実施した結果を報告した。調査の結果、部分的ではあるものの、両者の関係性を示す結果を得ることができた。特に、外向性を持つ人が明朝体とゴシック体を好む傾向については、一部の学部の結果を除き、一貫して示されていた。また、誠実性が絡んだ項目間の相関係数は負の値となるケースが多いことも分かった。一方で、全体として平均値が高かった情緒不安定性では、特定のフォントとの関連があるという結果を得ることができなかった。これは、情緒不安定性という性格特性が普遍的なものである、という可能性を示唆しているのではないかと考えられた。つまり、普遍的な性格特性であるために、それが好みと直結しているという結果が得られなかったのかもしれない。以上のように、統計的な有意差を確認するには至らなかった項目の相関係数についても、学部間でその数値が大きく異なる（正負の値が完全に逆転している）箇所は見当たらなかったことから、今回の調査結果には何らかの一貫した規則性があることは示唆されたといえる。ただし、本研究ではパーソナリティを測定する尺度としてBigFive 尺度短縮版を用いたが、他の尺度を用いた場合にも本研究と類似した結果が生じるのかを確認することで、本研究結果の一貫性の強さを示す必要はあるだろう。

本調査では、フォントの好みとパーソナリティの関連性を最も強く示す結果が現代経営学部で確認され、一方でグローバル・コミュニケーション学部でははっきりと示すことができなかった。人間科学部については、サンプル数が多かったために、一部の項目で有意差を確認することができたが、効果量としてはグローバル・コミュニケーション学部と大差はない結果であった。このような学部間による違いが生じたのはなぜだろうか。その可能性として、各学部に所属する学生の多様性の違いがあるのかもしれない。グローバル・コミュニケーション学部は、グローバル・コミュニケーション学科と英語コミュニケーション学科の2学科から構成される。著者は人間科学部所属のため、これらの学科に所属する学生の雰囲気やパーソナリティの違いについてはよく分かっていない。しかし、何らかの違いがある可能性は十分にありうるだろう。人間科学部は人間科学の1学科のみであるが、学科の下に心理・カウンセリング系、スポーツ健康系、地域社会系の3つのコースが置かれている。完全に著者の主観になるが、特に心理系とスポーツ系の学生とでは、性格特性や好みとするものに大きな違いがあるように常日頃感じている。一方で、現代経営学部は1学科である点は人間科学部と同じである。学科の下に経営系と経済系がある点も人間科学部のそれと似ているものの、経営系志望の学生が圧倒的に多いと聞いている。本調査で実施した、自身のパーソナリティについて問う質問項目に対する回答結果は学部間ではほぼ類似の結果であったものの、その質問紙からだけでは測ることが困難な何らかの心理特性の個人差が、今回の学部間の結果の違いを生み出した可能性は否定できないであら

う。フォントの好みとパーソナリティの関連性のように、デリケートが故に強固な関連性を見出すことが難しいと予想される心理現象を調査する場合は、当該の研究対象以外の好みについても、できる限り個人差が大きくなならないような工夫が必要なのかもしれない。本調査の場合、現代経営学部に所属する学生は、学び・思考に対する興味・好みが他学部の学生に比べてより均質化されていたことが、学部間の調査結果の違いを生み出したのかもしれないというロジックである。この仮説を検証するためには、看護系の学部や保育系の学部に所属する本学以外の学生に協力を得た調査を実施することが必要かもしれない。

また、調査協力者間の好みの個人差を小さくする以外に、本調査の結果をより洗練させるためにはどのような工夫ができるだろうか。

1つ目の可能性として、アンケートの項目に「自身がどのくらいフォントに詳しいか、どのくらい興味があるか」を図れるような設問を設け、フォントに詳しい人や興味のある人と、フォントに詳しくない人や興味のない人の2群に分ける調査方法が挙げられる。2群に分けることで、今回の調査とは異なる結果を見出すことができるかもしれない。例えば、普段フォントに馴染みのない人、すなわちフォントに詳しくない人であれば、フォントの好みとパーソナリティに何かしらの相関や関連が見出せるかもしれない。これらは、フォントの詳しさによって、フォントに対する印象が異なると考えられるためだ。フォントに詳しい人は、提示されたフォントがなんという名前であり、どのように使用されることが多いのかなど、こちらが提示していない情報を知っている可能性がある。つまり、こちらでフォントを提示するより以前に、何らかの印象、好みを形成していた場合、それらの回答は単純な「目で見た評定」ではないのかもしれない。対して、フォントに詳しくない人は、こちらが提示した情報のみを受け取り、その場で「目で見た評定」をおこなう可能性が高いのではないかと考えられる。

2つ目の可能性として、フォントに対する好みだけでなく、フォントに対する印象もたずね、感じた印象が似ている回答ごとの群に分ける、といった調査方法だ。その群内で性格特性に相関が見られた場合、フォントに対する印象とその人の性格特性には何らかの関連がある可能性が考えられる。また、フォントに対する印象とフォントの好みに関連を見出すことができれば、それと同時に性格特性によって感じ取るイメージが異なることや、そのイメージによって好みが分かるといったことも可能性として予測できる。これらを調査することで、本研究では見出すことのできなかったフォントの好みとパーソナリティの関連を見出すことが可能になるかもしれない。

上述した調査を実施していくことで、萌芽的であった本研究を成長させ、実りあるものに変えていくことが可能となるに違いない。

謝辞

本論文は、2018年度本学卒業生・宮下佳那氏が執筆した卒業論文の調査結果の一部を再分析し、まとめた直したものである。ここに深く感謝の意を示す。また、本論文の執筆にあたり、科学研究費補

助金（16K00213）・東洋学園大学平成30年度個人研究費の支援を受けた。

引用文献

- Goren, C. C., Sarty, M., & Wu, P. Y. (1975). Visual following and pattern discrimination of face-like stimuli by newborn infants. *Pediatrics*, 56, 544-549.
- Johnson, M. H., Dziurawiec, S., Ellis, H., & Morton, J. (1991). Newborns' preferential tracking of face-like stimuli and its subsequent decline. *Cognition*, 40, 1-19.
- Kitayama, S., Duffy, S., Kawamura, T., & Larsen, J.T. (2003). Perceiving an object and its context in different cultures: A cultural look at the New Look. *Psychological Science*, 14, 201-206.
- Masuda, T., Ellsworth, P., Mesquita, B., Leu, J., Tanida, S., & Veerdonk, E. (2008). Placing the face in context: Cultural differences in the perception of facial emotion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 94, 365-381. DOI: 10.1037/0022-3514.94.3.365.
- Masuda, T., & Nisbett, R. E. (2001). Attending holistically versus analytically: Comparing the context sensitivity of Japanese and Americans. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 922-934. DOI: 10.1037/0022-3514.81.5.922
- 宮下佳那 (2019). フォントの好みとパーソナリティの関連性. 東洋学園大学卒業論文. (未公開)
- 並川努・谷伊織・脇田貴文・熊谷龍一・中根愛・野口裕之 (2012). Big Five 尺度短縮版の開発と信頼性と妥当性の検討. *心理学研究*, 83(2), 91-99.
- 大塚聡子・根津莉菜 (2016). 色の好みと性格の関連性認識に関わる要因. *埼玉工業大学人間社会学部紀要*, 14, 35-40.